



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

MOTIVACE A STIMULACE PODNIKATELE

MOTIVATION AND STIMULATION OF ENTREPRENEUR

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

NIKOLA PAVELKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

PhDr. EMILIE FRANKOVÁ, Ph.D.

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Pavelková Nikola

Účetnictví a daně (6202R049)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Motivace a stimulace podnikatele

v anglickém jazyce:

Motivation and Stimulation of Entrepreneur

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza současného stavu

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

- ADAIR, J. E. Efektivní motivace. Praha: Alfa Publishing, 2004. 178 s. ISBN 80-868-5100-1.
- ARMSTRONG, M. Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy. 1. vydání. Praha: Grada, 2007. 856 s. ISBN 978-80-247-1407-3.
- BEDRNOVÁ, E., E. JAROŠOVÁ, I. NOVÝ a kol. Manažerská psychologie a sociologie. Praha: Management Press, 2012. 616 s. ISBN 978-80-7261-239-0.
- LUKEŠ, M. a M. JAKL. Podnikání v České republice. Praha: Oeconomica, 2012. 134 s. ISBN 978-802-4518-848.
- LUKEŠ, M., I. NOVÝ a kol. Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností. Praha: Management Press, 2005. 264 s. ISBN 80-726-1125-9.

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Emilie Franková, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

prof. Ing. Mária Režňáková, CSc.
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 27.05.2014

Abstrakt

Bakalářská práce specifikuje roli motivace a stimulace podnikatele při zahájení podnikatelské činnosti. Jejím hlavním cílem je zjistit, do jaké míry vstup do podnikatelské činnosti ovlivňuje situace na trhu práce a jakou část tvoří dobrovolný začátek podnikání. Sběr dat je proveden pomocí dotazníků a obsahuje informace o důvodech startu podnikání v jednotlivých letech zahájení činnosti.

Abstract

The bachelor thesis specifies position of motivation and stimulation in start of entrepreneurship. The main objective is determining what extent the entry into business activities affect the situation on the labour market and voluntary start of business. Research is carried out using forms. Final data includes information about founding in different years.

Klíčová slova

Motivace, stimulace, podnikatelská činnost, trh práce.

Key words

Motivation, stimulation, entrepreneurship, labour market.

Bibliografická citace práce:

PAVELKOVÁ, N. *Motivace a stimulace*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 49 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Emilie Franková, Ph.D..

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 31. května 2014

.....

Poděkování

Ráda bych zde poděkovala své vedoucí PhDr. Emilii Frankové, Ph.D. za poskytnutí cenných rad, ochotu a čas věnovaný po celou dobu zpracování této práce. Dále bych ráda poděkovala své rodině a příteli za podporu, kterou mi po celou dobu poskytovali.

OBSAH

ÚVOD.....	10
CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ.....	11
1 TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1.1 Motiv.....	12
1.2 Motivace.....	12
1.2.1 Teorie motivace.....	13
1.3 Zdroje motivace.....	16
1.3.1 Potřeby.....	17
1.3.2 Návyky.....	17
1.3.3 Zájmy.....	17
1.3.4 Hodnoty a hodnotová orientace.....	17
1.3.5 Ideály.....	18
1.4 Výkonová motivace.....	18
1.5 Dynamika motivace.....	20
1.5.1 Frustrace.....	20
1.5.2 Deprivace.....	20
1.6 Stimulace a stimul.....	21
1.6.1 Stimulační prostředky.....	22
1.7 Podnikání.....	22
1.7.1 Podnikatelská situace v České republice před a po roce 1989.....	22
1.7.2 Zahájení podnikání.....	23
1.7.3 Psychologické charakteristiky podnikatelů.....	26
2 PRAKTICKÁ ČÁST.....	27
2.1 Cíl práce, postup a metoda jeho zpracování.....	27
2.2 Podněty k zahájení činnosti.....	28
2.3 Důvody pro setrvání v podnikání.....	28
2.4 Zkušenosti před zahájením podnikání.....	29
2.5 Délka podnikání.....	30
2.6 Ukončení činnosti.....	31
2.7 Věk a vzdělanost.....	31
2.8 Genderové rozložení.....	34
2.9 Doporučení.....	36
2.9.1 Návrhy pro budoucí podnikatele.....	37
2.9.2 Návrhy pro stávající podnikatele.....	39
ZÁVĚR.....	42

LITERATURA	43
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....	45
SEZNAM PŘÍLOH.....	46

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zaměřuje na důvody vstupu do podnikání. Zohledňuje zejména zahájení z nutnosti, nebo činnost naprosto dobrovolnou. V teoretické části jsou vysvětleny veškeré pojmy týkající se motivace a stimulace a prezentována podnikatelská situace v České republice.

Podnikatelská činnost tvoří, podle mnohých, snadný způsob výdělku v době, kdy není snadné nalézt práci. Často si ale neuvědomují, že podnik založený jen pro peníze neprosperuje. Vždy je třeba přiložit lidský faktor jak v podobě motivovanosti, tak i stimulace. Tuto skutečnost si lépe uvědomují právě ti, kteří podnik zakládají z vidiny vnesení něčeho nového na trh či vhodné seberealizace. Jejich motivem může být dosažení vlastního úspěchu oproti pouhému výdělku, který je tvořen z povinnosti.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Cílem bakalářské práce je prozkoumání oblasti motivace a stimulace podnikatelů. Pomocí praktického zjištění bude určeno, jak velká část podnikatelů začíná podnikat z vlastní iniciativy a naopak na kolik jsou nuceni zvolit podnikatelskou činnost jako své povolání kvůli nepřízni na trhu práce.

Hlavní zkoumanou cílovou kategorií představují mladí lidé do 30 let života, neboť právě tato skupina tvoří největší část zakladatelů nových podniků. Ovšem procento těch, kteří se ve své podnikatelské činnosti dokáží úspěšně prosadit, je velmi malé. Jednou z příčin může být i fakt, že založení firmy je pro některé absolventy v extrémních situacích mnohdy jedinou možností, jak se uplatnit na trhu práce. Nehledě však na to, zda mají dostatečné předpoklady pro vznik podnikání.

1 TEORETICKÁ ČÁST

Pro správné pochopení a zpracování dat z empirického výzkumu, který tvoří nedílnou součást této práce, je důležité vymezení základních pojmů, čemuž se věnuje tato část práce.

1.1 Motiv

Samotný pojem *motiv* byl odvozen z latinského „movere“, což značí hýbat nebo pohybovat. Motiv tedy značí něco, co pracuje uvnitř nás, naše vnitřní pohnutky a podněty, a pohání nás kupředu (Adair, 2004).

Dělení lidských motivů vychází primárně ze dvou základních úrovní lidské motivace (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012):

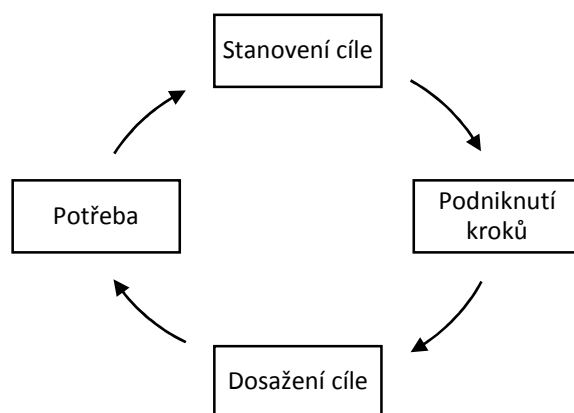
- *Prvotní* (primární, vrozené) *motivy* – zahrnují motivy spojené s vrozenými biologickými procesy v organismu každého člověka a slouží tak k rozvoji a zachování lidského druhu.
- *Druhotné* (sekundární, získané) *motivy* – toto členění vychází ze zkušeností získaných uspokojením potřeb primárních. Jedná se tedy o návyky, zájmy, hodnoty a ideály sloužící k získání vyšší úrovně života.

1.2 Motivace

Motivace představuje existenci hybných sil, pohnutek a motivů v lidské mysli. Ty na člověka vědomě nebo i nevědomě působí a pohánějí ho k dosažení cíle (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

Proces motivace, znázorněný na obrázku č. 1, zobrazuje propojení na potřeby, jež jsou hnacím motorem k dosažení cíle. Motivace představuje dosažení cíle, který si člověk stanoví po uvědomění si potřeby, jinak řečeno nedostatku, po jehož vycítění následuje podniknutí kroků, ať už správných, či nikoliv, vedoucích k výsledku. Pokud člověk dospěje k žádanému cíli, je velmi pravděpodobné, že provedené kroky se budou při

dalším pocitu nedostatku téže potřeby opakovat. V opačném případě budou některé kroky obměněny (Armstrong, 2007).



Obrázek č. 1: Proces motivace
(Armstrong, 2007, s. 220)

1.2.1 Teorie motivace

K pochopení motivace byly formulovány jednotlivé teorie. Ty pomáhají k lepšímu porozumění funkcí motivů a stimulů¹ v psychologii. Nabízí se různá členění teorií, například dle Armstronga (2007):

- teorie instrumentality (teorie cukru a biče),
- teorie zaměřené na obsah (Maslowova hierarchie potřeb),
- teorie zaměřené na proces (teorie očekávání, cíle, spravedlnosti) a
- Herzbergův dvoufaktorový model.

Teorie cukru a biče

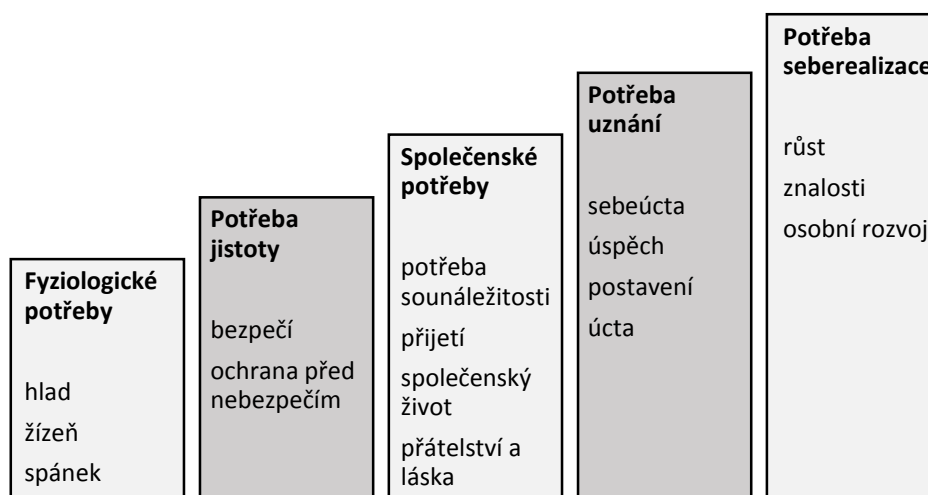
V teorii cukru a biče se jedná o dva druhy stimulů, které jsou blíže vysvětleny v kapitole 1.6. Jednak o stimul *příjemný* (cukr) a poté *nepříjemný* (bič). Budeme-li tuto teorii používat, bude nám celkem jedno, zda použijeme prostředek příjemný, či jeho opak. V každém případě však subjekt, na něhož bude prostředek cukru a biče použit, bude vždy ochotnější náš požadavek vykonat, pokud bude použit stimul příjemný (Adair, 2004).

¹ Stimul představuje jakýkoli vnější podnět vyvolávající změny v motivaci člověka (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

Maslowova hierarchie potřeb

„Člověk je tvor, který stále něco chce a který zřídka kdy dosahuje stavu naprostého uspokojení, vyjma krátkých okamžiků. Je-li jedna jeho touha uspokojena, vynoří se jiná a zabere její místo. Pokud je uspokojena i tato, postaví se do popředí další. Pro lidskou existenci je během celého jejího života charakteristické, že prakticky stále po něčem touží“ (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004, s. 29).

Profesor Maslow vytvořil a publikoval teorii *hierarchie potřeb*, znázorněnou na obrázku č. 2, jdoucích ve sledu od základních fyziologických potřeb přes potřeby společenské až po seberealizaci.



Obrázek č. 2: Maslowova hierarchie potřeb
(Maslow, 1943 cit. Podle Adair, 2004, s. 30)

Autor se zde namísto používání slova potřeba přimlouvá za označení hnací síla. Mezi tyto *fyziologické hnací síly* se řadí základní potřeby člověka: hlad, žízeň a spánek. Také proto ve znázorněné hierarchii bývají tyto potřeby na samém počátku, jako tzv. stavební kameny. Bez doplnění energie, čili zahnání pocitu hladu, žízně a únavy, již nebude náš mozek chtít zaměřit pozornost na nic jiného, krom těchto potřeb. Postoupení v hierarchii na další úroveň se proto stane velmi obtížným (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004).

Vnímání *potřeby jistoty* se liší se vzrůstajícím věkem jedince. Pro děti potřeba jistoty představuje pravidelný režim a řád, ve kterém hledají útočiště a nejeví se pro ně nebezpečným. Každé i sebemenší vychýlení pak okamžitě působí negativně a dítě se cítí

ohroženo. Děti své obavy nedokáží dostatečně skrývat, proto je možné veškeré narušení jejich světa dobře sledovat. Základní obavy lze rozpoznat již od útlého věku, například změnou chování ve tmě, pádu či reakcí na neočekávaný hlasitý zvuk. Později reagují také na změnu jejich dosavadního režimu například v době nemoci. Dospělí dokáží své reakce úzkosti lépe ovládat, a proto se jejich představa o jistotě přenáší na opatření dostatečného příjmu pro svoji rodinu a zajištění primárních potřeb (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004).

Člověk je již od narození tvor společenský, narodí se do rodiny a postupem času si získává nové a nové přátele a v průběhu let zakládá i svou vlastní rodinu. Uplatňuje tak osobní touhu někam patřit. Krom této touhy se do *společenských potřeb* řadí i city jako je láska či přátelství (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004).

Potřeba uznání podle Maslowa zahrnuje kromě osobního uznání od jiných lidí, například kolegů, také vlastní sebehodnocení a sebeúctu. Zdravá sebeúcta a také sebevědomí je založeno na zasloužené účtě k okolí, nikoliv na vnucování se (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004).

Seberealizační potřeba je tvořena souhrnem všech předchozích hnacích sil. Do poslední části Maslowovy hierarchie zasahují sny a přání každého jedince, jež dotváří jeho osobnost (Maslow, 1943 cit. podle Adair, 2004).

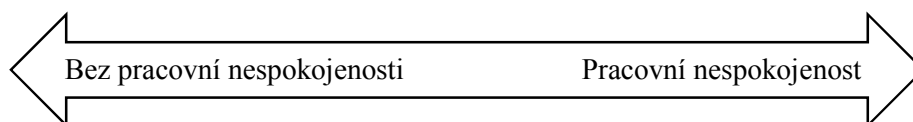
Teorie očekávání

Teorie založená na racionálním uvažování a chování se nazývá *teorie očekávání*. Jedinec zde porovnává očekávané výsledky a energii, kterou pro jejich dosažení musí vynaložit. Zejména v případech, kdy na nás působí velké množství stimulů a motivů, je potřeba si reálně stanovit výsledky a rozmyslet si, zda je v našich silách jejich dosažení (Adair, 2004).

Herzbergův dvoufaktorový model

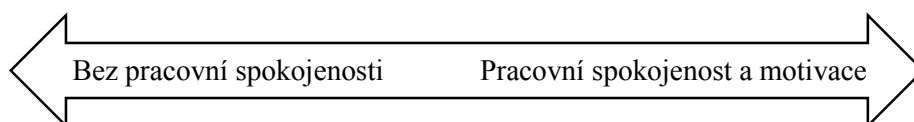
Teorie Herzberga a jeho spolupracovníků vypracovaná roku 1967 vychází z předpokladu dvou skupin protikladných lidských potřeb, proto je označován jako *dvoufaktorový model*. Na jednu stranu se řadí *dissatisfactory*, faktory vnější neboli hygienické. Jsou-li

tyto faktory v kladné rovině, znamená to, že není pociťována pracovní nespokojenost a motivaci k práci nijak neovlivňují. Přesunou-li se dissatisfaktory do negativní pozice, je pociťována pracovní nespokojenost a celková motivovanost k práci klesá (Herzberg a kol., 1967 cit. podle Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).



Obrázek č. 3: Působení hygienických faktorů
(Herzberg a kol., 1967 cit. podle Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012, s. 385)

Oproti dissatisfaktorům stojí faktory vnitřní, motivátory neboli *satisfaktory*. Nacházejí-li se tyto faktory v negativní rovině, pracovník není spokojen a současně s tím i klesá jeho motivovanost k práci. Při přesunu do pozitivní roviny se dostavuje celková spokojenost, od čehož se odráží i pracovní motivace (Herzberg a kol., 1967 cit. podle Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).



Obrázek č. 4: Působení motivátorů
(Herzberg a kol., 1967 cit. podle Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012, s. 386)

1.3 Zdroje motivace

Základními zdroji motivace, ze kterých motivace vzniká a mají na ni vliv, jsou dle Bedrnové (2012) následující:

- potřeby,
- návyky,
- zájmy,
- hodnoty a hodnotová orientace,
- ideály.

1.3.1 Potřeby

Potřeba představuje jak uvědomovaný, tak i neuvědomovaný, nedostatek něčeho, co je pro daného jedince důležité. V základním členění se dělí na primární jinak nazývané biologické, fyziologické či viscerogenní a sekundární, nazývané také sociální, společenské nebo psychogenní (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

Potřeby *primární* představují nezbytnosti spojené se základními fyziologickými potřebami člověka. Pociťovány mohou být zejména při nedostatku spánku, potravy, vzduchu apod. – viz Maslowova hierarchie potřeb kapitola 1.2.1 (Adair, 2004).

Sekundární potřeby jinak nazývané společenské, jejichž vznik je úzce spojen s emoční stránkou člověka a patří k nim například: láska, strach, vztek a dominance. Tyto potřeby bývají označovány jako doplněk potřeb primárních. Není tomu tak pokaždé, v životě jedince se vyskytují i situace, emoční vypětí, které dokáží primární potřeby potlačit, například stres či strach (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

1.3.2 Návyky

Návyky představují činnosti, jež člověk v průběhu života provádí opakovaně, až se z nich stanou stereotypy. V případě, kdy se člověk setká s povědomou situací, ví už lépe jak ji řešit a jak co nejefektivněji dospět úspěšného cíle. Ne všechny návyky mohou být přínosné, v takovém případě hovoříme o jejich stinné stránce, a sice zlozvycích (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

1.3.3 Zájmy

„Zájem se projevuje v zaměřenosti pozornosti, myšlenek, úmyslů, potřeba v touhách, přáních, ve vůli... Zájmy jsou proto specifickými motivy kulturní a zejména poznávací činnosti člověka“ (Rubinštejn, 1967 cit. podle Nakonečný, 1996, s. 142). Zájem tedy označuje poznávací potřebu, dozvědět se a prozkoumat určitý předmět, dílo či děj co nejvíce.

1.3.4 Hodnoty a hodnotová orientace

Hodnoty představují skutečnosti, které člověk během svého života poznává a hodnotí,

přirazuje jim určitou důležitost a význam. Každý jedinec se po celý svůj život setkává se stále novými situacemi a podle toho, jaký na něj mají vliv, jim přisuzuje osobní hodnotu. Tyto hodnoty jej poté nejvíce motivují k vyšším výkonům a pomáhají ve chvílích, kdy už například podnikatel pokračování v úkolu nepovažuje za důležité či smysluplné. Každý člověk má priority nastavené jinak a zřídka kdy zůstávají stejné po celý život. Mezi nejzákladnější se může řadit zdraví, rodina či práce (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

1.3.5 Ideály

Synonymem pro *ideál* může být použito slovní spojení významný cíl celého snažení. Jedná se tedy o cíle, jež nás popohání, motivují, k vyšším výkonům a definují smysl celého snažení. Může se to týkat jak cílů čistě osobního života, tak i cílů pracovních. Ideály si člověk vytváří v průběhu celého života a velmi jej přitom ovlivňují nejbližší členové rodiny či přátelé, které považuje za svůj vzor (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

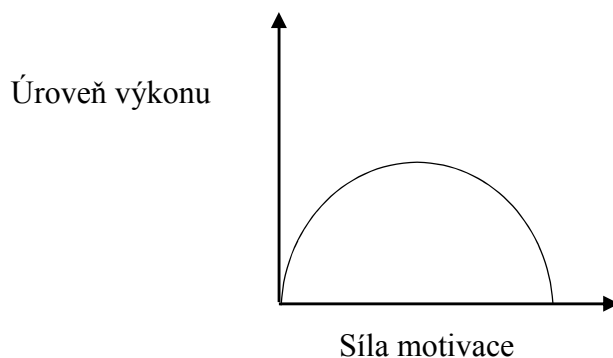
1.4 Výkonová motivace

McClelland v roce 1953 začal se svými spolupracovníky výzkum, na jehož konci vyšla odborná publikace věnující se právě tématu *výkonové motivace*. Tento výzkum uvažoval závislou propojenost mezi výkonem a motivací. „Výkonová motivace je pak chápána jako očekávání určitých afektivních změn ve vztahu k dosažení či nedosažení cíle; konkrétně jde o motivační vliv naděje na úspěch a strachu z neúspěchu, závislý na zkušenostech jdoucích až k výchově v rodině, na kauzálních attributech a dalších činitelích“ (McClelland, 1953 cit. podle Nakonečný, 1996, s. 226).

Tyto dva druhy motivů, strach z neúspěchu a naděje na úspěch, se liší v motivovanosti na dokončení výkonu. Záleží tedy na jejich poměru a zda bude silnější potřeba dosáhnout úspěchu či se vyhnout neúspěchu. Právě McClelland také tvrdil, že vyšší výkonová motivace utváří podnikatelské role, těm odpovídají jedinci s vyšší výkonovou motivací, tedy ti, jež se snaží dosahovat co nejlepších výsledků. Jejich využití se nabízí v situacích, kdy je třeba vysoká úroveň odpovědnosti, individuální dovednosti a schopnosti převzít

zpětnou vazbu k dosaženým výsledkům (McClelland, 1953 cit. podle Lukeš, Nový a kol., 2005).

Ačkoli se může zdát, že s rostoucí motivací poroste i úroveň výkonu, není tomu tak ve všech situacích. V mnoha případech může vysoká motivace způsobovat například stres či trému a lidská koncentrace spolu s úrovní výkonu klesá. Tuto skutečnost znázorňuje Yerkes-Dodsonův zákon publikován roku 1908 (Nakonečný, 1992).



Obrázek č. 5: Vztah mezi silou motivace a úrovní výkonu
(Yerkes a Dodson, 1908 cit. podle Nakonečný, 1992, s. 119)

S výkonovou motivací také úzce souvisí *pracovní motivace*. Podle Bedrnové, Nového a kolektivu (2007) pracovní motivace vyjadřuje přístup člověka k činnosti, ke skutečným okolnostem jeho uplatnění a ke konkrétním pracovním úkolům, tj. vyjadřuje skutečnou podobu jeho pracovní ochoty. Motivy práce se rozdělují na dvě skupiny: motivace intrinsická a extrinsická. *Intrinsická* motivace vyjadřuje motivy, které souvisí přímo s prací. Bedrnová, Nový a kolektiv (2007) jako nejvýznamnější intrisické motivy označila tyto:

- potřeba činnosti vůbec,
- potřeba kontaktu s lidmi,
- potřeba výkonu – uspokojení přináší úspěšné dokončení výkonu,
- touha po moci,
- potřeba smyslu života a seberealizace.

Oproti tomu *extrinsické* motivy se práce samotné dotýkají pouze nepřímo. Jako hlavní extrinsické motivy uvádí Bedrnová, Nový a kolektiv (2007) tyto:

- potřeba peněz,
- potřeba jistoty,
- potřeba potvrzení vlastní důležitosti,
- potřeba sociálních kontaktů,
- potřeba sounáležitosti, partnerského vztahu.

1.5 Dynamika motivace

„Veškerá motivovaná činnost člověka je činností, která směřuje k určitému cíli“ (Bedrnová, Nový a kol., 2007). K úspěšnému cíli však nevede jednoduchá cesta a motivace v průběhu působení prochází vývojem v souvislosti s úspěšností jednotlivých kroků. Časté překážky se nachází pod označením frustrace a deprivace.

1.5.1 Frustrace

Prvotní vliv frustrace se projevuje v úplném nebo částečném zabránění korektního provedení motivované činnosti. Zamezení dosažení cíle se frustrací projevuje ve dvou rovinách, a to sice specifická frustrační situace a osobní, vnitřní stav, jež vyplývá z celé frustrační situace. Mezi rysy psychické frustrace náleží pocity po prožití neúspěchu, zklamání a rozčilení (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

V hlavním pojetí frustrace lze rozlišit dva základní druhy frustračních situací. Výchozí situací je *absence předmětu*, jenž je důležitý pro uspokojení pocíťované potřeby. V případě, kdy nezbytný předmět již existuje, může frustraci způsobit řada *překážek, které brání dokončení* vytyčeného cíle. Bariéru může tvořit cokoli, krom vnějších problémů to jsou i vnitřní osobní překážky. Mezi tyto zábrany patří i lidské vlastnosti jako je lenost či pohodlnost nebo nedostatek schopností a dovedností (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

1.5.2 Deprivace

Psychická deprivace se vyznačuje svou stálostí, po kterou nedochází k uspokojování základních potřeb osobnosti. To má za následek vliv na utváření jedinci osobnosti a také jeho další bytí v životě. Podle toho, na jakou část člověka deprivace působí, se

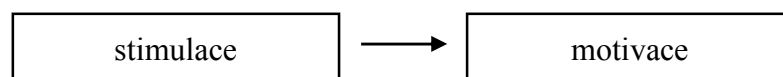
rozlišují její různé druhy (Bedrnová, Nový a kol., 2007):

- deprivace *senzorická* – způsobená sníženou až úplnou ztrátou smyslových podnětů,
- deprivace *emocionální* – jejím počátkem bývá nedostatečné projevování citů vůči deprivované osobě,
- deprivace *sociální* – vzniká při nepostačujícím uspokojení společenských potřeb člověka,
- deprivace *základních biologických potřeb* – způsobená nedostatečným redukováním základních potřeb, jako je spánek či strava.

1.6 Stimulace a stimul

Tyto dva pojmy bývají často i psychology zaměňovány, nebo používány jako synonyma. Tak tomu však není a je třeba znát jejich význam.

Samotné slovo *stimulace* bylo převzato z latiny a jeho významem je pobídnout, povzbudit či podnítit k nějaké činnosti. Jako synonymum slova stimulace může být užito slovo podnět, popud, incentiva nebo jakákoli pobídka zvenčí, ať už vědomá či nevědomá. Tento proces ovlivňuje zejména naši psychiku a jejím prostřednictvím také změny v motivaci člověka (Adair, 2004).



Obrázek č. 6: Vztah stimulace a motivace
(Bedrnová, Nový a kol., 2007, s. 400)

Oproti tomu *stimul* představuje již určitý podnět, který má přímý dopad na naši motivaci. V souvislosti se stimuly se rozlišují impulsy a incentivy. *Impulsy* mohou být vnitřní neboli endogenní. Jedná se o změnu v mysli či těle člověka, jako je bolest zubů, únava a také nervozita. *Incentivy* představují stimuly vnější neboli exogenní, mezi něž se řadí například pochvala či možnost kariérního postupu (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

1.6.1 Stimulační prostředky

Různorodost lidských potřeb neumožňuje jednoznačné sestavení žebříčku těch nejúčinnějších stimulů. Ten může představovat cokoli, co je pro daného člověka důležité a působí to na jeho motivaci, je tedy silně individuální. Mezi nejčastější však patří (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012):

- hmotná odměna ve formě peněžní či nepeněžní – velmi důležitá z hlediska zajištění existenčních zdrojů,
- obsah práce – potřeba uplatnit tvůrčí, koncepční či systematické myšlení, u uměleckých hodnot je také potřeba zacházet s estetickými hodnotami,
- neformální hodnocení (povzbuzování),
- atmosféra pracovní skupiny,
- pracovní podmínky a režim práce – s nezájmem o tyto aspekty může docházet ke zhoršení výkonu pracovníků a vztahu mezi zaměstnanci a zaměstnavatelem,
- identifikace s prací, profesí a podnikem,
- externí stimulační faktory – představují vnímání celkové image podniku od okolního společenského světa (Bedrnová, Jarošová, Nový a kol., 2012).

1.7 Podnikání

V této kapitole bude přiblížena situace podnikatelů na území České republiky. Dle §420 odst. 1., občanského zákoníku č. 89/2012 Sb. je podnikatel definován následovně: „Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za *podnikatele*.“

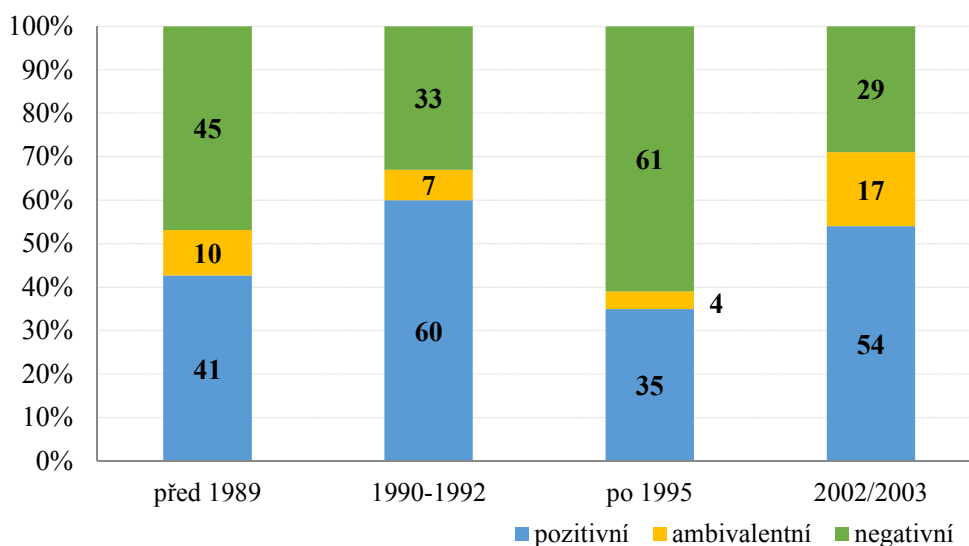
Podle statistických údajů Ministerstva průmyslu a obchodu podnikalo ke konci roku 2013 v České republice 1.879.870 občanů české národnosti. Dalších 85.887 podnikatelů se řadí k různým národnostem celého světa (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2014).

1.7.1 Podnikatelská situace v České republice před a po roce 1989

Do roku 1989 bylo podnikání v Československu vnímáno velmi negativně, a to jak z pohledu vlády, tak také široké veřejnosti. Z výzkumu Martina Lukeše, provedeného

roku 2004 dokonce vyplynulo, že situace v tehdejším Československu byla nejvíce nepřívětivá v celém komunistickém bloku (Lukeš, Nový a kol., 2005).

Po revoluci 1989 byly do soukromého podnikání vkládány velké naděje. Banky a vláda začaly všechny, jež přišly s téměř jakýmkoliv podnikatelským záměrem, podporovat. V povědomí obyvatel však podnikatelé rychle ztratili na důvěryhodnosti. Toto kolísání vnímání veřejnosti je zobrazeno na následujícím grafu č. 1. Stalo se tak zejména kvůli počátečním vysokým úrokům, které později podnikatelé nebyli schopni splácet a docházelo tak k velkému množství podvodů a nekalým praktikám (Lukeš, Nový a kol., 2005).



Graf 1: Postoj české/československé veřejnosti k soukromému podnikání (podle vyjádření expertů)
(Lukeš, Nový a kol., 2005, s. 16)

1.7.2 Zahájení podnikání

Zahájení podnikatelské činnosti se uskutečňuje nejčastěji za přispění jednoho ze dvou hledisek. První zahrnuje využití podnikatelské příležitosti z anglického termínu „opportunity entrepreneurship“. Tato aktivita je spjata s „pull“ motivy neboli *motivы tahu*. Oproti tomu stojí vstup z nutnosti, „necessity entrepreneurship“, jenž často následuje po selhání ostatních pokusů o získání zaměstnání. Se vstupem z nutnosti jsou spojeny „push“ *motivы, tlaku* (Lukeš a Jakl, 2012).

Motivy tahu

Skupina motivů tahu představuje příležitosti k založení činnosti, které podnikatele do podnikání pobízí. Tyto motivy se řadí mezi stálé a jen zřídka vyhasínají. Je proto na každém jedinci, aby se ve správný okamžik chopil příležitosti či nápadu a své podnikání zahájil. Právě tento typ podniků bývá v praxi nejúspěšnější, a proto by jim měla být věnována náležitá pozornost a prostor pro jejich rozvoj (Veber, 2012). Motivem tahu může být:

- touha po nezávislosti – představit si ji je možné zejména za nepřítomnosti nadřízených pracovníků,
- vidina vyššího příjmu,
- pocit úspěchu,
- zavedení nového produktu či služby na trhu.

Motivy tlaku

Jedná se o silné, ale mnohdy krátkodobé motivy tlačící do podnikání. To může, ale také nemusí, tyto případy tlaku výrazně zmírnit, či úplně vymýtit. Řadí se mezi ně (Lukeš a Jakl, 2012):

- nezaměstnanost, jejíž důsledky mohou zapříčinit finanční potíže, zhoršení zdravotního stavu nebo psychické problémy,
- nízký plat,
- nespokojenost v současném zaměstnání.

Následující tabulka č. 1 znázorňuje rozložení věkových skupin v rámci nové podnikatelské aktivity a zavedených podniků z výzkumu provedeného jako součást projektu Global Entrepreneurship Monitor 2013 v 67 zemích světa. Prvotní stav se nazývá *zahajující podnikatelé*. Takto jsou nazýváni podnikatelé před zahájením podnikatelské činnosti. V této kategorii je v zakládání neaktivnější skupina od 18 do 24 let. Důležitý aspekt při navyšování tohoto stavu představují zejména absolventi středních škol, kteří se potýkají se zhoršenou uplatitelností na trhu práce zejména z důvodu chybějících zkušeností. Založení vlastního podniku se pro ně tedy mnohdy stává jedinou možností, jak se vyhnout úřadům práce. Další fázi tvoří *noví podnikatelé*, mezi které se řadí podnikatelé provádějící základní kroky k zahájení podnikání a ti, jejichž podnik je

v provozu méně než 42 měsíců. *Zavedení podnikatelé* jsou poté ti, jejichž firma je v provozu déle než uváděných 42 měsíců (Lukeš, Jakl a Zouhar, 2014).

Tabulka č. 1: Podnikatelská aktivita jednotlivých věkových skupin v ČR
(Lukeš, Jakl a Zouhar, 2014, s. 27)

	Nová podnikatelská aktivita				
	18–24 let	25–34 let	35–44 let	45–54 let	55–64 let
% z dané věkové populace	8,02	13,04	7,03	5,81	2,74
Pořadí ČR (z 67 zemí)	40	40	57	53	57
Změna oproti r. 2011 (v %)	-2,43	+3,98	+2,17	-1,05	-0,53
Změna oproti r. 2006 (v %)	+2,57	+3,4	+0,13	-5,43	+0,83
	Podnikatelé vedoucí zavedené firmy				
	18–24 let	25–34 let	35–44 let	45–54 let	55–64 let
% z dané věkové populace	0,4	2,96	6,57	7,96	6,63
Pořadí ČR (z 67 zemí)	54	47	46	47	46
Změna oproti r. 2011 (v %)	-0,14	-0,9	+0,92	-1,26	+1,06
Změna oproti r. 2006 (v %)	-1,39	-0,5	-0,89	-0,42	+1,49

Jak bylo zmíněno výše, absolventi a studenti tvoří nejvyšší procento zakládajících podnikatelů. *Absolventem*, se pro potřeby Ministerstva práce a sociálních věcí stává každý, kdo úspěšně dokončil studium a současně je po dobu nejdéle 2 let evidován na úřadu práce v místě svého trvalého bydliště. Právě těchto osob bylo k 31. 12. 2013 evidováno 39.456, což z celkové nezaměstnanosti 596.833 osob činí 6,6 % (Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2014).

Výzkum Global Entrepreneurship Monitor (Amorós a Bosma, 2014) v roce 2013 přinesl informaci, že 60,3 % všech nově zakládaných podniků v České republice je zakládáno s vycítěním podnikatelské příležitosti spojením s motivy tahu. Dalších 22,7 % podnikatelů zakládá své podniky pouze z nutnosti. Tato skutečnost je zobrazena v následující tabulce č. 2, ve které jsou pro porovnání uvedeny údaje našich sousedních států. Všechny tyto údaje pochází z roku 2013, kdy pouze Rakousko tyto informace dosud neposkytlo a data zobrazují jeho stav v roce 2012. V jediném Polsku převažují důvody k zakládání podniku z nutnosti. Podnikatelé ostatních států podniky zakládají podniky

především z rozpoznání dobré podnikatelské příležitosti, avšak v následujících letech bude zajímavé sledovat vývoj této situace na Slovensku, neboť ve zkoumaném roce 2013 byly jejich motivy zcela vyrovnané (Amorós a Bosma, 2014).

Tabulka č. 2: Fáze podnikatelských aktivit podle států
(Amorós a Bosma, 2014, GEM Austria National Team, 2013)

	Založeno z nutnosti [%]	Rozpoznání příležitosti [%]
Česká republika	22,7	60,3
Německo	18,7	55,7
Rakousko (2012)	10,8	81,4
Slovensko	40,2	40,2
Polsko	47,4	32,7

1.7.3 Psychologické charakteristiky podnikatelů

Kromě zajištění provozních a finančních nároků závisí úspěšný vstup do podnikání také na motivaci, schopnostech, znalostech a dovednostech a osobnostních vlastnostech podnikatele (Lukeš, Nový a kol., 2005).

Za schopnosti se označují činnosti vykonávané na základě vlastností, jež má podnikatel vrozené. Učením se a postupným rozvíjením sebe sama se ze schopností stávají *dovednosti*. *Znalosti* představují činnosti a informace, jež podnikatel v průběhu života získá a naučí se je aplikovat, ačkoli k nim nemusí mít téměř žádné předpoklady a schopnosti (Lukeš, Nový a kol., 2005).

Součástí osobnostního profilu každého člověka, včetně podnikatelů, jsou *charakterové vlastnosti*, které vyjadřují postavení jedince k okolnímu světu a také sobě samému. Volní vlastnosti představují rysy ovlivněné vlastní vůlí podnikatele, jako je například odpovědnost, cílevědomost, samostatnost a mnohé další. Temperamentové charakteristiky se z velké části projevují ihned po narození a vyznačují emoční prožívání v různých životních situacích. Veškeré tyto znaky ovlivňují jak začátek, tak průběh celého podnikání, ale také veškeré životní události (Lukeš, Nový a kol., 2005).

2 PRAKTICKÁ ČÁST

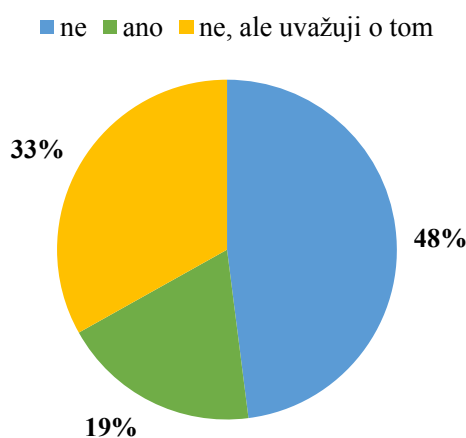
Tato část práce se zabývá zpracováním a zhodnocením dat, získaných empirickým výzkumem za pomoci sestaveného dotazníku, jehož obsah je k nahlédnutí v příloze č. 1.

2.1 Cíl práce, postup a metoda jeho zpracování

Cílem této práce je zhodnocení situace podnikatelské aktivity mladých lidí do věku 30 let. Hlavní oblastí zájmu jsou důvody, které vedou absolventy, studenty a zaměstnané k zakládání firem. Jako hlavní protichůdné skupiny motivů figurují motivy tahu a tlaku.

Pro získání dat byla použita kvantitativní metoda dotazování s většinovým využitím uzavřených otázek. Vypracování a sběr dat proběhl pomocí aplikace Google Forms, která umožňuje přehledné vytvoření dotazníku a také jeho následné vyhodnocení. Dotazník byl zveřejněn na sociální síti Facebook, dále na privátních studentských fórech a fórech zabývajících se podnikatelskou problematikou (například jakpodnikat.cz).

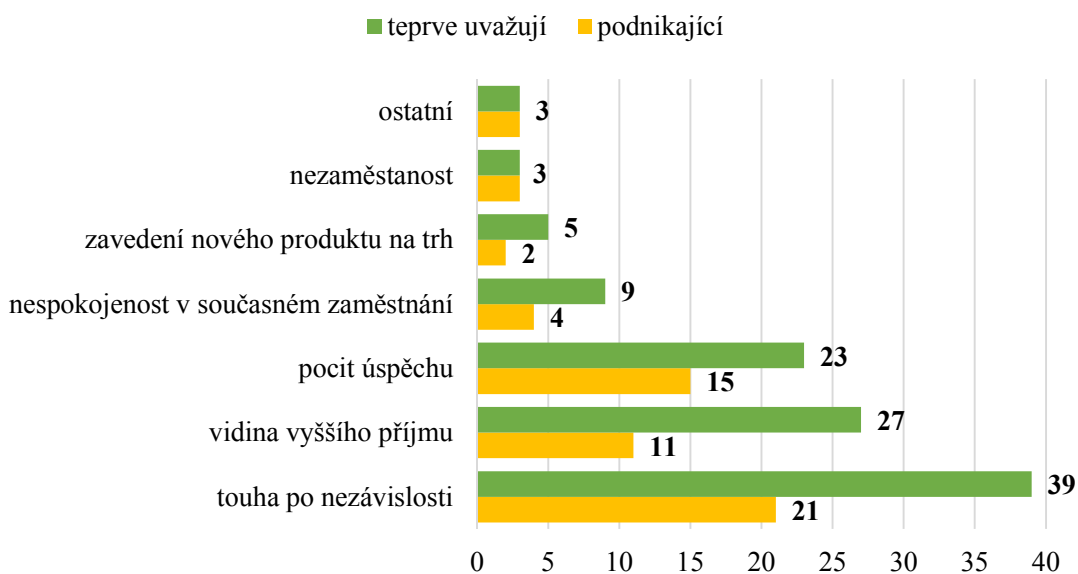
Z celkového počtu 148 dotázaných celých 48 % odpovědělo, že se nikdy podnikatelské činnosti nevěnovalo a ani v budoucnu na tom, zatím, nehodlají nic měnit. V další, podrobnější části, se jimi proto nebudu více zabývat. Ze zbývajících odpovědí představuje pouze 19 % těch, kteří mají osobní zkušenost s podnikáním. Celou třetinu dotázaných pak tvoří ti, jež o zahájení podnikání teprve uvažují.



Graf č. 2: Podnikáte, nebo jste v minulosti tuto činnost vykonávali?

2.2 Podněty k zahájení činnosti

Podle základního rozdělení motivů (kapitola 1.6.2) jasně převažují „pull“ motivy neboli motivy tahu. Do nich se řadí touha po nezávislosti, vidina vyššího příjmu, pocit úspěchu a zavedení inovativního produktu na trh. Z grafu č. 3 lze snadno vyčíst, že na první pozici se s 35,7 % u respondentů jednoznačně umístila touha po nezávislosti, následována vyšším příjmem a také úspěšností. Ve skupině motivů tlaku, „push“ se stala největším motivátorem nespokojenost v současném zaměstnání, následována nezaměstnaností.



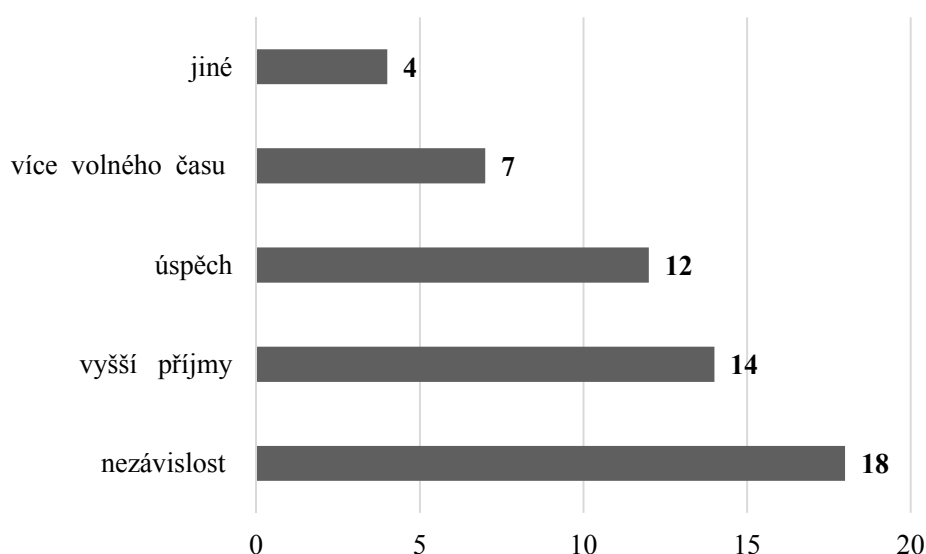
Graf č. 3: Podněty k podnikání

2.3 Důvody pro setrvání v podnikání

Naprosto přirozeně lze očekávat, že se důvody pro setrvání v podnikání, zobrazené v grafu č. 4, v průběhu času změní. Avšak v porovnání s důvody, jež respondenti udávali jako důležité při zahájení, se pořadí nijak nezměnilo. Vyskytl se také zajímavý důvod v případě muže podnikajícího v délce kratší než 3,5 let: „důvod vzniku: pomoc kamarádovi s velkými příjmy“, což k zdravému fungování podniku zcela nepatří. Oproti tomu následující uvedené důvody, které zastupují motivy tahu, jsou prvním předpokladem pro úspěšný podnik, který má naději na bezproblémové fungování. Jedná se o argumenty typu:

- „Touha se dále rozvíjet v mém oboru.“

- „To, co dělám, dává smysl.“
- „Možnost vydělat na věcech, o které se zajímám.“



Graf č. 4: Důvody pokračovat v podnikání

2.4 Zkušenosti před zahájením podnikání

Jedinou otevřenou otázkou dotazníku bylo, jak se změnily hodnoty a představy o podnikání po jeho zahájení. V různých obdobích se objevilo, že celý proces podnikání je mnohem náročnější a složitější, než se ve skutečnosti zdá. Pro představu je zde vybráno několik výstižných odpovědí od těch, kteří s podnikáním osobní zkušenost již mají.

Muž se středoškolským vzděláním s maturitou, 23 let: „Není to tak lehké, jak jsem si myslel. Než jsem začal podnikat, tak jsem z okolí slýchával, jak to mají podnikatelé jednoduché atd. Je to tvrdé prostředí.“

Muž s magisterským vzděláním, 25 let: „Není to tak lehké, jak si každý myslí. Každý si myslí, že může být podnikatel a vydělávat miliony.“

Žena s bakalářským vzděláním, 24 let: „Představy se změnily v realitu, škola mi dala teoretický základ, ale praxe byla daleko náročnější, hlavně časově náročnější než jsem si

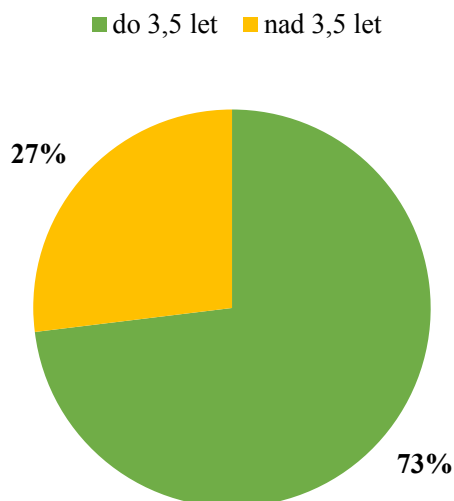
dokázala představit. Škola mi ukázala, co je to „kostra“ a já ji musela obalit svaly a rozhýbat :) Podnikání mne naplnilo smysluplnou prací, zodpovědností a zcela jiným přístupem k práci jako samotné činnosti.“

Žena s vyšším odborným vzděláním, 24 let: „Nijak zásadně, měla jsem představu, do čeho jdu a tato představa se víceméně splnila. Měla jsem snad jeden jediný problém – když někdo z podnikatelů hovořil o tom, že vlastně pracuje neustále, více než 8 hodin denně, bez ohledu na víkendy a svátky – myslela jsem si, že přehání. Teprve s vlastním podnikáním jsem přišla na to, že to vlastně žádné přehánění není.“

Žena s magisterským vzděláním, 29 let: „Je s ním spojena daleko větší míra zodpovědnosti (začínala jsem jako „naivní“ student ;-), než jsem čekala. Zejména zodpovědnost za celý kolektiv lidí, který jsem během podnikání nabrala.“

2.5 Délka podnikání

Velká část všech respondentů se musela na začátku podnikání potýkat s nemalými problémy a většina podnikatelů se v této fázi nepřenesla přes období 3,5 let, do tzv. *zavedeného podniku*. Problémy uváděné jako rozhodující pro ukončení podnikatelské činnosti, například nedostatek financí, klientů, velká konkurence na trhu a pravděpodobně i mnohé další, budou rozhodující v krizových situacích, kdy je třeba zvážit další osud podniku. Chuť a stimulaci v podnikání oslabují všechny výše zmíněné problémy. Respondenti, kteří svou činnost byli nuceni ukončit, uvedli nedostatek klientů a příliš velkou konkurenci v okolí. V dané situaci je potřeba se opravdu dobře zaměřit na vhodné stimulační prostředky, probírané v kapitole 1.6.1. Zejména zajistit přívětivé a inspirativní pracovní prostředí tak, aby bylo možné co nejefektivněji přeměnit a vylepšit stávající produkt či službu. To by mělo vhodně působit také na motivaci a v případě úspěchu může chuť do podnikání opět vzrůst a hrozba krachu se oddálí, v ideálním případě úplně vymizí.



Graf č. 5: Délka podnikání

2.6 Ukončení činnosti

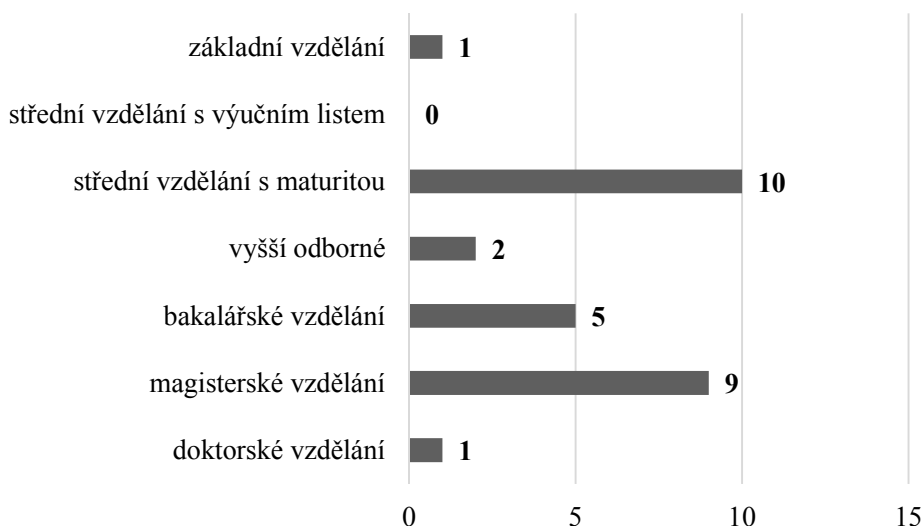
Převaha motivů tahu, vyobrazena v grafu č. 3, také může být příčinou toho, že většina podnikajících respondentů ve své podnikatelské činnosti pokračuje. Pouze ve dvou případech respondenti podnikat přestali. Obě tyto situace nastaly do 42 měsíců od založení, tedy ještě ve fázi *nového podniku*, která se jeví jako nejnáročnější a počet krachujících podniků je zde nejvyšší. Uvedeným důvodem konce byl, podle odpovědí v dotazníku, nedostatek financí a také opadnutí zájmu zákazníků. Dalšími příčinami může být silná konkurence na trhu a příliš úzký či naopak široký sortiment nabízených výrobků.

Vzhledem k tomu, že 73 % respondentů, kteří již podnikají, zatím nepřesáhlo „kritické“ období nového podniku, je bohužel možné, že počet těch, kteří podnikat přestanou, se zvýší.

2.7 Věk a vzdělanost

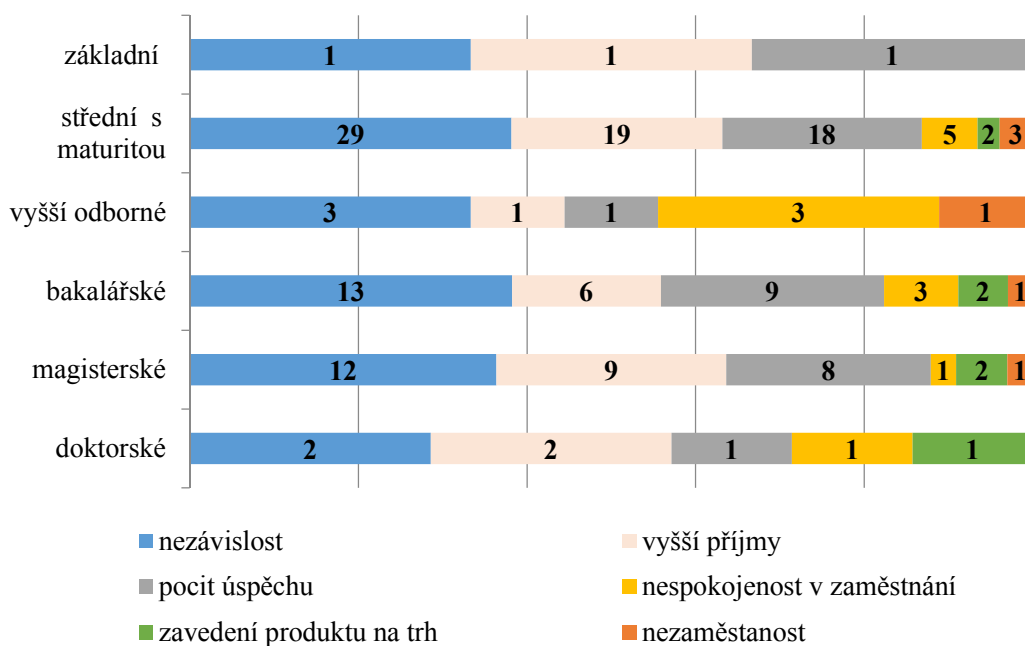
Zvýšený počet dotázaných podnikajících se nachází zejména po ukončení středoškolského a magisterského vzdělání, jelikož tyto úrovně studia bývají pro mnohé již konečné. Rozhodnutí zda bude, či nebude po střední škole dále následovat škola

vysoká, ovlivní i následující uplatnění a pozici na trhu práce. Alternativou ke klasickému zaměstnaneckému poměru je právě zahájení podnikání. Stejná situace nastává po dokončení magisterského stupně vysoké školy. V tomto okamžiku se však již výrazně zmenšuje procento těch, kteří pokračují ve studiích.



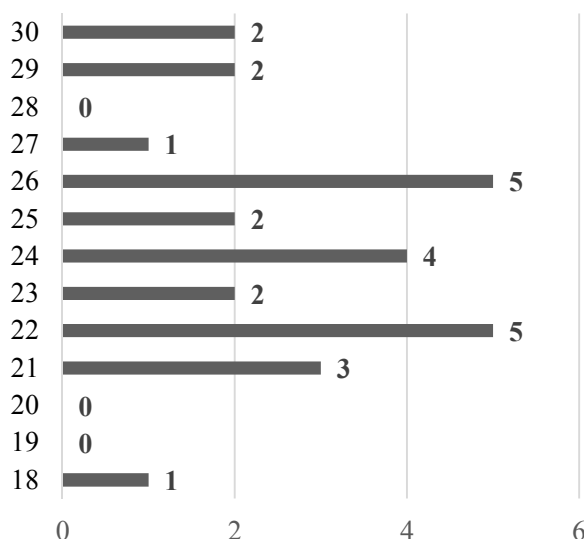
Graf č. 6: Nejvyšší dosažené vzdělání

V následujícím grafu č. 7 jsou vyobrazeny podněty k zahájení činnosti od podnikatelů, kteří již zkušenost s podnikatelskou činností mají a těch, kteří se naopak teprve podnikat chystají. Tato data jsou porovnána s aktuálně nejvyšším dosaženým vzdělání respondentů. Za pozornost rozhodně stojí fakt, že s nezaměstnaností se potýkají více ti, jež vystudovali vyšší než základní vzdělání. Nejvíce nezaměstnanost pociťují absolventi a studenti středních škol, kteří studium ukončili maturitou. Tuto skutečnost o respondentech, kteří se rozhodli, nebo teprve rozhodují podnikat kvůli nezaměstnanosti, potvrzuje také výzkum provedený společností Global Entrepreneurship Monitor v roce 2013 v kapitole 1.7.2.



Graf č. 7: Závislost podniků na zahájení a nejvyššího dosaženého vzdělání

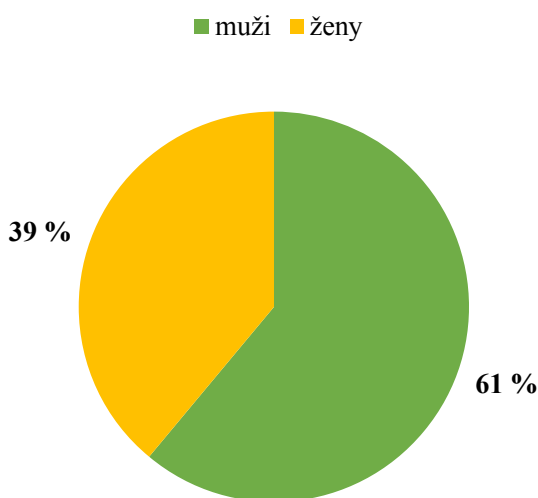
Obdobná situace jako u nejvyššího dosaženého vzdělání panuje také u věkového rozložení, zobrazeném v grafu č. 8. Zde je však počet odpovídajících podnikatelů jednotlivých skupin rozložen rovnoměrněji. Nejvyšší nárůst je zaznamenán v 22. a 26. roce života. Oproti tomu nejméně podnikatelů je v 19., 20. a 28. roce, tedy po dostudování jednoho ze studijních programů (bakalářský, magisterský, doktorský) vysoké školy.



Graf č. 8: Věkové rozložení

2.8 Genderové rozložení

Poměr rozložení mužů a žen u těch respondentů, kteří již podnikají, nebo to mají v plánu, jasně hovoří ve prospěch mužů, což názorně zobrazuje graf č. 8. Pro efektivnější zhodnocení by bylo dobré získat více respondentů, avšak situace odpovídá všeobecné situaci, ve které podnikající muži převažují. Tuto informaci přinesl i Český statistický úřad, kdy k 20. únoru 2014 bylo ze všech zaměstnaných obyvatel v České republice podnikajících 12,9 % žen a 21,9 % mužů (Český statistický úřad, 2014).

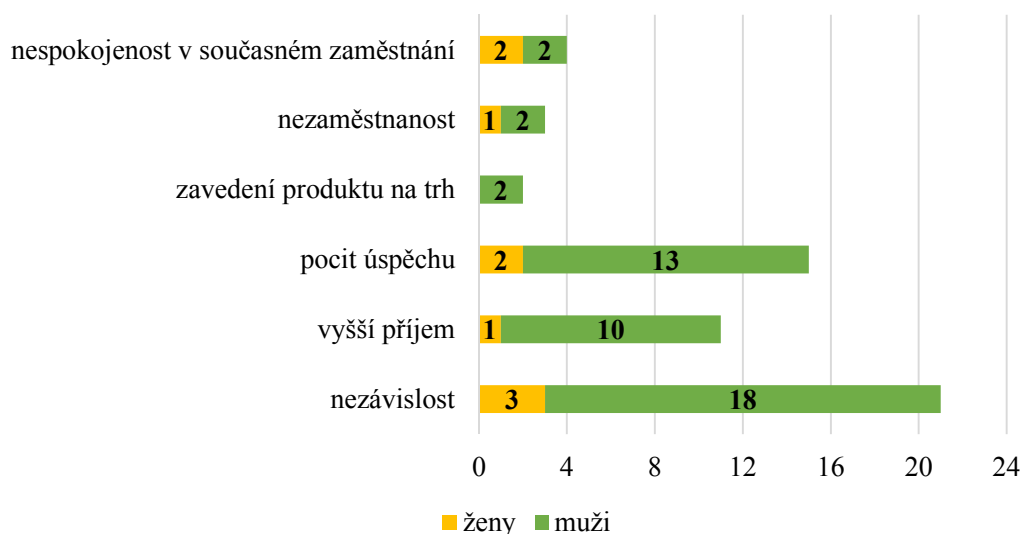


Graf č. 9: Poměr pohlaví

Při zkoumání nové podnikatelské aktivity organizací Global Entrepreneurship Monitor za rok 2013 bylo zjištěno, že v rozložení mužů a žen dochází k nevýrazným změnám hodnot oproti předcházejícím obdobím. Hodnoty se ustálily na počtu 10,5 % mužů a 4,09 % žen. Jelikož se jedná o novou aktivitu, v následujících letech bude i nadále převládat trend dominujících podnikajících mužů nad ženami (Lukeš, Jakl a Zouhar, 2014).

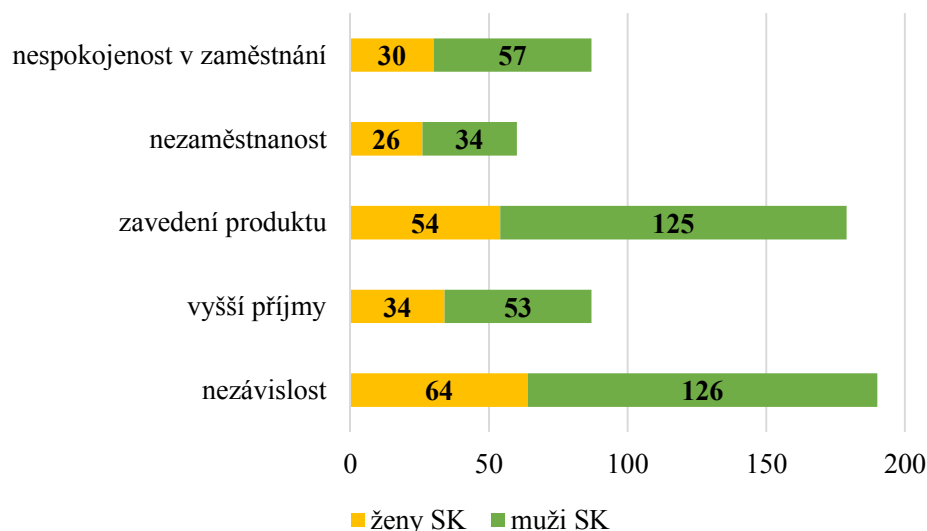
Při rozložení podnětů k zahájení podnikatelské činnosti u stávajících podnikatelů dle pohlaví v grafu č. 10 je z dostupných odpovědí od podnikatelů patrné, že si muži více jak ženy uvědomují motivy tahu. Největším motivátorem se pro muže stala nezávislost, která se vyskytla v odpovědích u 92 % respondentů. Poté následuje pocit úspěšnosti a snaha dosáhnout vyšších příjmů. Naopak nezaměstnanost jako důvod k začátku podnikání vnímá pouze 10,7 %, čili 3 respondenti z 28. Pro ženy je nezávislost také důležitým faktorem, avšak hned na druhém místě je pro 33 % z nich důležitá také spokojenost

v současném zaměstnání a případnou nespokojenost vnímají jako důvod začít aktivně podnikat.



Graf č. 10: Podněty k zahájení podle pohlaví

V rámci Slovenské republiky proběhl v roce 2011 výzkum společnosti „Združenie mladých podnikateľov Slovenska.“ Tato studie taktéž zkoumala podněty k zahájení činnosti podle pohlaví, ovšem s větším počtu respondentů, z nichž více jak 60 % splňuje mnou zadaná věková kritéria do 30 let. Z porovnání mého a slovenského průzkumu, zobrazeného na grafu č. 11, vyplývá, že vnímání motivů tahu a tlaku se v mnohém neliší. Tak jako muži u nás, tak i jejich slovenští kolegové jako důvod pro vstup do podnikání volí spíše motivy tahu. Nejvíce je to opět nezávislost a, oproti českým mužům, zavedení nového produktu na trh. Znatelný rozdíl je však patrný ve vnímání žen. Zatímco ženy v České republice jako hlavní podněty vnímají především motivy nuceného vstupu do podnikání, na Slovensku tomu tak není. Tamní ženy, stejně jako muži, nejvíce uváděly, že je motivuje získání větší nezávislosti a také zavedení produktu na trh. (Jakubec, Sobeková – Májková a Solík, 2011).



Graf č. 11: Podněty k zahájení podnikání vůči pohlaví Slovenských podnikatelů
(Jakubec, Sobeková – Májková a Solík, 2011, s. 11; upraveno)

2.9 Doporučení

Je více než uspokojivé, že u založení podniků převládají u respondentů motivy tahu, jež vedou k většímu úspěchu.

Respondenty nejčastěji uváděná touha po nezávislosti, vyobrazená na grafu č. 3, se však z dlouhodobého hlediska může chovat spíše jako motiv tlaku. Snaha o absenci nadřízených může v konečném důsledku přinést více problémů a starostí se zvýšenou odpovědností o případné zaměstnance. Nadšení tak může brzy vystřídat nespokojenost a ta se velmi rychle může negativně odrazit i ve výsledcích. Pro dlouhodobou situaci by bylo vhodnější, kdyby k hlavním motivům patřilo opravdové nadšení pro zvolený obor a práci, v níž se chce podnikatel angažovat, a které je jednou z důležitých podmínek korektního fungování podnikatelské činnosti.

Při rozpoznání prvotních příznaků nepříznivé situace, jež by mohla vést k problémům, jako je úbytek klientů či nedostatek finančních zdrojů, je vhodné, aby si podnikatel našel odpovědi na základní otázky úzce související s jeho vlastní angažovaností, které mají znění:

- Proč to dělám?
- Čeho chci dosáhnout?
- Co mi práce přináší?
- Co jsem ochoten (a) úspěchu obětovat?

Odpovědi na tyto otázky by měly v mnohém napovědět, zda má podnikatel to správné nadšení a zapálení pro svou firmu, nebo jsou důvody setrvat v podnikání pouhou povinností.

2.9.1 Návrhy pro budoucí podnikatele

Ačkoli možností, jak se s nepříznivou situací v podnikání vyrovnat, existuje řada, vždy je nejlepší se jim zcela vyhnout a s preventivními opatřeními začít ještě před zahájením podnikání.

Ještě než se podnikatel do podnikání pustí, měl by mít jasnou představu, jakým směrem se jeho podnikatelská činnost bude odvíjet. K tomuto rozhodnutí a zjištění, do jaké míry má projekt šanci na úspěch, napomáhá sestavení *podnikatelského záměru*, ten pak může sloužit i při jednání s bankou o případném úvěru. Jeho důležitost však nestojí jen při zakládání podniku, nýbrž přínos přináší i v průběhu podnikání. Obsah záměru se liší podle toho komu je určen, jaká je povaha činnosti a také v jaké fázi životního cyklu se podnik nachází. Následují části, které by neměly v takovém dokumentu chybět (BusinessInfo.cz, 2012):

- Detailní popis podnikatelské příležitosti – obsahuje základní údaje o produktu, jeho užitečnost pro zákazníky a také výhodu oproti konkurenci.
- Cíle firmy a jejich vlastníků – krom základních informací o podniku je vhodné analyzovat i cíle firmy, které by měly být v souladu se strategií SMART²
- Trhy, na kterých má podnikatel v plánu podnikat.
- Analýza konkurence – prozkoumání největších konkurentů včetně jejich slabých a silných stránek, přičemž je možné najít vlastnost, kterou se bude nový produkt odlišovat.

² Cíle stanovené dle zásad SMART jsou: specifické, měřitelné, atraktivní, reálné a termínované (BusinessInfo.cz, 2012).

- Marketingová a obchodní strategie – vychází z určení marketingového mixu 5P a určení pozice na trhu.
- Realizační plán projektu – zahrnuje časový harmonogram činností spojených s důležitými kroky podniku.
- Finanční plán – část, která vymezuje ekonomickou stránku podniku a celkovou reálnost záměru.
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu a jeho rizika – zahrnovat může například SWOT³ analýzu.

Důležitým krokem k úspěchu je nastrádání důležitých informací zejména o odvětví, konkurenci a finanční náročnosti oboru, v němž se podnikatel chystá zahájit svou činnost. Tato data je možné získat přímo z osobního kontaktu v podniku s podobným zaměřením, avšak je třeba počítat s tím, že potenciální konkurent nebude chtít prozradit svá obchodní tajemství a tajemství svého úspěchu.

Spoustu rad a postřehů o zakládání podniku poskytují webová fóra se zaměřením na podnikání, ale také sociální sítě jako je Facebook. Zde lze nalézt skupiny a komunity pro začínající i fungující podnikatele. Mnohé z nich, například komunita „Zahájení podnikání“⁴, také pořádají vlastní semináře a workshopy. Ty se zabývají veškerými aktivitami nutnými pro správné a efektivní nastartování podnikatelské činnosti. V nabídkách proto přibývají kurzy na sestavení finančního plánu, zpracování podnikatelského záměru, marketing až po základy účetnictví.

Podstatnou roli při zakládání podniku hraje také motivovanost budoucího podnikatele. Začátky podnikání nebývají jednoduché a vyžadují velké množství úsilí, financí a také času. Podnikatel by proto měl mít jasnou představu, co od podnikání očekává, ale také co vše je ochoten a schopen obětovat.

Pro podnikatele, jež mají v plánu založit pouze malý, nebo střední podnik představuje

³ Analýza založená na porovnání slabých a silných stránek, příležitostí a hrozeb podniku (BusinessInfo.cz, 2012).

⁴ Dostupné na: <https://www.facebook.com/pages/Zahajeni-podnikani/367438466702632>

další možnost nápomoci využití *podnikatelského inkubátoru*. Ty se v dnešní době nachází ve většině velkých měst České republiky, konkrétně například Technologický inkubátor Brno, BIC Ostrava nebo Akademické a univerzitní centrum Nové Hradky. Ty nabízí podporu zejména ve formě zvýhodnění základních potřeb pro zahájení podnikání. Mezi nejtypičtější se řadí pronájem jak kancelářských prostor, tak specializovaných laboratoří a výrobních prostor. Mnohdy jsou prostory nabídnuty ke sdílení více podnikům, které tak mohou zahájit i spolupráci a zefektivnit svou práci. Další výhodou plynoucí z inkubátorů jsou zvýhodněné nabídky konzultačních služeb v oblasti marketingu, účetnictví a mnohých dalších. Tyto výhody jsou nabízeny po maximální dobu 3 let, tedy doby, kdy je podnik v nejrizikovější fázi. Po uplynutí zmíněného časového intervalu, nebo i dříve, by podnik měl být již plně schopný fungovat samostatně (CzechInvest, 2014).

2.9.2 Návrhy pro stávající podnikatele

Podnikání nepředstavuje pouze obchodní stránku věci, ale vychází také ze zkušeností a znalostí jeho zakladatele. Proto by u něj mělo být samozřejmostí, spolu s rozšiřováním technologických postupů práce, rozvíjení také jeho vlastních „soft skills“⁵.

Faktorů ohrožujících motivovanost v podnikání existuje velká řada. Mezi nejznámější se řadí stres, neúspěch či překážky v podnikání, například finančního typu. Dlouhodobý stres a emoční vypětí poté může vyústit až v syndrom vyhoření, jehož příznaky rozhodně není radno přehlížet.

Syndrom vyhoření neboli vyhasnutí se běžně v literatuře objevuje také pod anglickým názvem „burn out syndrom“. Jedná se o reakci organismu na velké emoční a mentální vypětí. Nejčastěji se vyskytuje u osob pracujících v oboru se sociálním zaměřením, ale trápí také ty, jejichž očekávání se nenaplnila. Dopad vyhoření se projevuje ve třech rovinách (Bedrnová, Nový a kol., 2007):

- Rovina *fyzická* se projevuje celkovým vyčerpáním organismu spojeným s problémy se zažíváním, bolestmi hlavy až po poruchy spánku.

⁵ Označení „soft skills“ neboli měkké dovednosti v sobě zahrnuje osobnostní vlastnosti, jako je empatie, schopnost komunikovat a spolupráce či zvládání konfliktů (Peters-Kühlinger a John, 2007).

- V rovině *psychické* se syndrom vyskytuje v podobě ztráty motivace počínající pouze jejím poklesem, pocitem beznaděje, smutku a deprese.
- Rovina *sociálních vztahů* utrpí zejména sníženým zájmem o druhé, omezeným kontaktem s těmi, jež se zaobírají stejným pracovním oborem a averzí ke všemu, co s daným oborem souvisí.

Ať už řešení stresu či syndromu vyhoření, ani jedno není krátkodobá záležitost. Do prvotního doporučení, jak s těmito zabijáky motivovanosti bojovat, patří dovolená. Člověk může načerpat nové síly a přehodnotit efektivnost svých všedních dní, k čemuž napomáhá tzv. „time management“. Ten napomáhá nalézt co nejefektivnější denní rozvrh, ovšem s přihlédnutím na dodržení rovnováhy mezi dostatečným odpočinkem a pracovní dobou. Při sedavém a psychicky náročném povolání, je v rámci odpočinku velmi doporučovaný tzv. aktivní odpočinek, který zahrnuje především tělesné cvičení, jež uvolňuje i mysl. Všechny tyto rady jsou však velmi individuální a na každého působí jinou měrou (Bedrnová, Nový a kol., 2007).

Stejně jako opatření, která jsou zcela individuální, je i výběr nástrojů k posílení a získání motivace velmi osobitý. Na trhu se vyskytuje velké množství knižních edicí právě se zaměřením na osobní rozvoj a nalezení štěstí a rovnováhy v profesním i osobním životě. Velká většina těch, jež se chtějí o znovunalezení motivace něco dozvědět, sáhne jako první po internetových stránkách, poradnách a diskuzích, kterých se vyskytuje velké množství.

Aktivnější přístup nabízí množství seminářů a workshopů. Spoustu vzdělávacích kurzů poskytuje společnost Tutor. Jejich nabídka čítá velké množství kurzů se širokou škálou zaměření. Kurzy se zaměřením na osobní rozvoj se pohybují v cenách od 3.490 Kč do 12.990 Kč bez DPH. Konkrétněji například seminář o 12 lekcích se zaměřením na Stress Management stojí 5.990 Kč bez DPH. Tento kurz nabízí veškeré informace o stresu včetně množství metod, jak s ním efektivně bojovat (Tutor.cz, 2014).

Ale pro ty, kteří se nespokojí s klasickými zdroji informací, existuje tzv. osobní kouč. Ten svým klientům nabízí a poskytuje osobní setkání, na nichž pomocí speciálních

technik stanoví nejefektivnější kroky k znovunabytí sebedůvěry a potřebné motivace. Koučování však zdaleka není nejlevnějším řešením. Ceny koučů se pohybují okolo 1.400 Kč s DPH za jedno 60 minutové sezení. V případě celého balíčku na zlepšení profesního života, například u kouče Zdeňky Kárné z Brna, zaplatí klient 9.000 Kč s DPH (Koučink pro život, 2014).

Vzhledem k tomu, že se v případě koučinku a seminářů nejedná o zanedbatelné částky, je třeba zmínit možnost, kterou dovoluje zákon o daních z příjmů č. 586/1992 Sb., konkrétně § 24 odst. 2 písm. j) bod 3. Dle tohoto ustanovení lze od daňového zákona odečíst výdaje vynaložené na dosažení a udržení příjmů, konkrétněji náklady spojené s odborným vzděláváním.

ZÁVĚR

Cílem celé bakalářské práce bylo zmapovat důvody zahajování podnikání mladých lidí do věku 30 let. Tohoto cíle bylo dosaženo pomocí dotazníku, na který odpovědělo 148 respondentů. Při vyhodnocování dat jsem se zaměřila především na podněty k zahájení činnosti, a jak je ovlivňují sociodemografické faktory. Výsledná data byla pro názornost zpracována do grafů. Některá zjištění byla také porovnána s výsledky, které přinesly již provedené a vyhodnocené výzkumy. Následná doporučení se zaměřují na rozvoj podnikatelů ať už stávajících nebo těch, kteří se podnikat chystají. Konkrétní rady se zaměřují na osobní motivovanost jedinců, ale také nástroje, které by měly usnadnit identifikaci problémových oblastí podniku.

LITERATURA

AMORÓS, José Ernesto a Niels BOSMA, 2014. *Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report*. In: Global Entrepreneurship Monitor [online]. [cit. 22. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>

ADAIR, John Eric, 2004. *Efektivní motivace*. Praha: Alfa Publishing. ISBN 80-868-5100-1.

ARMSTRONG, Michael, 2007. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy*. 10. vyd. Praha: Grada. Kapitola 18, s. 219–232. ISBN 978-80-247-1407-3.

BEDRNOVÁ, Eva, Eva JAROŠOVÁ, Ivan NOVÝ a kol., 2012. *Manažerská psychologie a sociologie*. Praha: Management Press. Kapitola 6, s. 225–274. ISBN 978-80-7261-239-0.

BEDRNOVÁ, Eva, Ivan NOVÝ a kol., 2007. *Psychologie a sociologie řízení*. 3. rozš., dopl. vyd. Praha: Management Press. Kapitola 5. ISBN 978-80-7261-169-0.

BUSINESSINFO.CZ, 2012. *Podnikatelský plán a strategie* [online]. [cit. 24. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html>

CZECHINVEST, 2014. *Inkubátory* [online]. [cit. 22. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/inkubatory>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2014. *Gender: Práce a mzdy* [online]. [cit. 12. 5. 2014]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/cizinci.nsf/kapitola/gender_pracemzdy

GEM AUSTRIA NATIONAL TEAM, 2013. *Global Entrepreneurschip monitor: Bericht zur Lage des Unternehmertums in Österreich 2012*. In: Global Entrepreneurship Monitor [online]. [cit. 22. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2803>

JAKUBEC, Vladimír, SOBEKOVÁ – MÁJKOVÁ, Monika a Ján SOLÍK, 2011. *Prieskum potrieb mladých podnikateľov a prekážok v ich podnikaní* [online]. Združenie mladých podnikateľov Slovenska [cit. 22. 5. 2014]. Dostupné z: http://www.iuventa.sk/files/documents/7_vyskummladeze/vyskum/2012/zaverecna_sprava_podnikatelia.pdf

KOUČINK PRO ŽIVOT, 2014. *Ceník koučinkových služeb*. [online]. [cit. 20. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.coachingprozivot.cz/sluzby/cenik-sluzeb>

LUKEŠ, Martin a Martina JAKL, 2012. *Podnikání v České republice*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-802-4518-848.

LUKEŠ, Martin, Martina JAKL a Jan ZOUHAR, 2014. *Global Entrepreneurship Monitor 2013: Podnikatelská aktivita v České republice* [online]. In: Ministerstvo průmyslu a obchodu [cit. 18. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument149362.html>

LUKEŠ, Martin, Ivan NOVÝ a kol., 2005. *Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností*. Praha: Management Press. ISBN 80-726-1125-9.

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ, 2014. *Absolventi škol a mladiství* [online]. [cit. 22. 4. 2014]. Dostupné z: <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/abs>

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2014. *Počty podnikatelů dle občanství podnikajících v České republice* [online]. [cit. 18. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument77802.html>

NAKONEČNÝ, Milan, 1992. *Motivace pracovního jednání a její řízení*. Praha: Management Press. ISBN 80-856-0301-2.

NAKONEČNÝ, Milan, 1996. *Motivace lidského chování*. Praha: Academia. Kapitola II., s. 225–235. ISBN 80-200-0592-7.

PETERS-KÜHLINGER, Gabriele a Friedel JOHN, 2007. *Komunikační a jiné „měkké“ dovednosti*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2145-3

TUTOR.CZ, 2014. *Stress Management* [online]. [cit. 20. 5. 2014]. Dostupné z: <http://www.tutor.cz/skoleni-seminare/stress-management/BK00633658?page=2>

VEBER, Jaromír, 2012. Obecné rysy podnikatele. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktual. dopl. vyd. Praha: Grada, s. 54–56. ISBN 978-80-247-4520-6

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Obrázek č. 1: Proces motivace.....	13
Obrázek č. 2: Maslowova hierarchie potřeb	14
Obrázek č. 3: Působení hygienických faktorů	16
Obrázek č. 4: Působení motivátorů.....	16
Obrázek č. 5: Vztah mezi silou motivace a úrovní výkonu	19
Obrázek č. 6: Vztah stimulace a motivace.....	21
Graf 1: Postoj české/československé veřejnosti k soukromému podnikání (podle vyjádření expertů)	23
Graf č. 2: Podnikáte, nebo jste v minulosti tuto činnost vykonávali?	27
Graf č. 3: Podněty k podnikání	28
Graf č. 4: Důvody pokračovat v podnikání.....	29
Graf č. 5: Délka podnikání.....	31
Graf č. 6: Nejvyšší dosažené vzdělání	32
Graf č. 7: Závislost podnětů na zahájení a nejvyššího dosaženého vzdělání	33
Graf č. 8: Věkové rozložení	33
Graf č. 9: Poměr pohlaví.....	34
Graf č. 10: Podněty k zahájení podle pohlaví.....	35
Graf č. 11: Podněty k zahájení podnikání vůči pohlaví Slovenských podnikatelů.....	36
Tabulka č. 1: Podnikatelská aktivita jednotlivých věkových skupin v ČR	25
Tabulka č. 2: Fáze podnikatelských aktivit podle států	26

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník motivace a stimulace podnikatele

Příloha č. 1: Dotazník motivace a stimulace podnikatele

Ahoj,

mé jméno je Nikola a prosím Vás o vyplnění krátkého dotazníku k mé bakalářské práci se zaměřením na důvody zahájení podnikatelské činnosti z řad studentů a absolventů do věku 30 let. Dotazník je zcela anonymní a zabere jen několik málo minut vašeho času.

Vyberte jednu ☐, či více odpovědí ☐.

Otázka č. 1: Podnikáte, nebo v minulosti jste tuto činnost vykonávali?

- ☐ ano
- ☐ ne
- ☐ ne, ale uvažuji o tom

Otázka č. 2: Váš věk:

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> 18 | <input type="radio"/> 22 | <input type="radio"/> 26 |
| <input type="radio"/> 19 | <input type="radio"/> 23 | <input type="radio"/> 27 |
| <input type="radio"/> 20 | <input type="radio"/> 24 | <input type="radio"/> 29 |
| <input type="radio"/> 21 | <input type="radio"/> 25 | <input type="radio"/> 30 |

Otázka č. 3: Vaše pohlaví:

- ☐ muž
- ☐ žena

Otázka č. 4: Nejvyšší dosažené vzdělání:

- ☐ doktorské vzdělání
- ☐ magisterské vzdělání
- ☐ bakalářské vzdělání
- ☐ vyšší odborné
- ☐ střední vzdělání s maturitou
- ☐ střední vzdělání s výučním listem
- ☐ základní vzdělání

Otázka č. 5: Důvody začátku podnikání:

- ☐ touha po nezávislosti

- ☐ vidina vyššího příjmu
- ☐ pocit úspěchu
- ☐ zavedení nového produktu na trh
- ☐ nezaměstnanost
- ☐ nespokojenost v současném zaměstnání
- ☐ jiné:

Otázka č. 6: Podnikáte stále?

- ☐ ano
- ☐ ne

Otázka č. 7: Jak dlouho podnikáte? *

- ☐ do 3,5 let
- ☐ nad 3,5 let

Otázka č. 8: Co Vás nejvíce podněcuje k pokračování v podnikání?

- ☐ více volného času
- ☐ vyšší příjmy
- ☐ úspěch
- ☐ nezávislost (absence nadřízených)
- ☐ už nic, chystám se činnost ukončit
- ☐ jiné:

Otázka č. 9: Jak se změnilы hodnoty, představy o podnikání po jeho zahájení?

Otázka č. 10: Jak dlouho jste podnikali?

- ☐ do 3,5 let
- ☐ nad 3,5 let

Otázka č. 11: Co bylo důvodem ukončení činnosti?

- ☐ nedostatek financí
- ☐ velká konkurence

- ☐ opadnutí zájmu zákazníků
- ☐ nedostatek zkušeností
- ☐ jiné: